UNUSA	**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER** **JURUSAN S1 MANAJEMEN** **FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN TEKNOLOGI DIGITAL** **UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA SURABAYA**

MATA KULIAH	**KODE**	**Rumpun MK**	**BOBOT (sks)**		**SEMESTER**	**Direvisi**
Manajemen Produk dan Merek	MJM21635	Manajemen Pemasaran	T=3	P=0	VI(Genap)	20 Juni 2021
	Pengembang RP		**Dosen PJMK**		**Ka PRODI**	
	(Reizano Amri Rasyid, S.T., M.M.T) **NPP. 16041063**		**(Reizano Amri Rasyid, S.T., M.M.T)** **NPP. 16041063**		**(Riyan Sisiawan Putra, SE., MSM)** **NPP. 1306897**	
Capaian Pembelajaran(CP)	**Program Studi**					

	Sikap : 1. Mampu menjalankan perilaku sesuai dengan tuntunan agama 2. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika 3. Mampu berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa 4. Mampu menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain; 5. Saling membantu antar sesama yang membutuhkan 6. Mampu bergotong royong demi kesejahteraan masyarakat 7. Mampu menjaga kebersihan lingkungan sekitar 8. Mampu mentaati hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara 9. Mampu menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik 10. Mampu menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri 11. Memiliki dan mampu menerapkan jiwa wirausaha dalam kehidupan 12. Mampu menjadi individu yang mandiri dan berjiwa wirausaha 13. Mampu mentaati hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara 14. Mampu menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik 15. Mampu menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri 16. Mampu menjadi individu yang mandiri dan berjiwa wirausaha 17. Memiliki dan mampu menerapkan jiwa wirausaha dalam kehidupan 18. Menguasai konsep teoretis, metoda dan perangkat analisis fungsi manajemen (perencanaan, pelaksanaan, pengarahan, pemantauan, evaluasi, dan pengendalian) dan fungsi organisasi (pemasaran, sdm, operasi, dan keuangan) pada berbagai jenis organisasi 19. Mampu menerapkan konsep dan teknik dalam menyusun rencana strategis dan menjabarkannya dalam rencana operasional 20. Menguasai dan menerapkan prinsip kepemimpinan, kewirausahaan dalam tipe organisasi. 21. Menguasai konsep tentang metode penelitian yang mencakup studi kasus, kesejarahan, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif 22. Menguasaia minimal satu metode penelitian (studi kasus, kesejarahan, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif) 23. Menguasai dan menerapkan etika bisnis dan nilai-nilai kemanusiaan *(humanity values)* 24. Menguasai pengetahuan tentang jenis dan regulasi organisasi lokal, nasional, regional, dan global 25. Menguasai kaidah, prinsip dan teknik komunikasi lintas fungsi, level organisasi, dan budaya

	26. Menguasai minimal salah satu bahasa internasional dan menerapkannya dalam metode pembelajaran. 27. Memiliki pemahaman yang utuh mengenai fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penyusunan staf, pengarahan, dan pengendalian serta evaluasi) pada level operasional di berbagai tipe organisasi 28. Mampu melaksanakan fungsi organisasi (pemasaran, operasi, sumber daya manusia, keuangan, dan strategi) pada level operasional di berbagai tipe organisasi 29. Memiliki pemahaman yang utuh mengenai masalah manajerial dan fungsi organisasi pada level operasional, serta mampu mengambil tindakan solutif yang tepat berdasarkan alternatif yang dikembangkan, dengan menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan yang berakar pada kearifan local 30. Memiliki pemahaman yang utuh mengenai rencana strategis organisasi dan mampu menjabarkan rencana strategis menjadi rencana operasional organisasi pada level fungsional 31. Memiliki pemahaman yang utuh mengenai jenis-jenis pengambilan keputusan manajerial yang tepat di berbagai tipe organisasi pada tingkat operasional, berdasarkan analisis data dan informasi pada fungsi organisasi 32. Memiliki pemahaman yang utuh dalam menyusun kajian empirik dan pemodelan dengan menggunakan metode ilmiah pada berbagai tipe organisasi berdasarkan fungsi organisasi 33. Memiliki pemahaman yang utuh mengenai cara-cara untuk berkomunikasi secara efektif pada lintas fungsi dan level organisasi 34. Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya 35. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur 36. Menguasai konsep dan teknik pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi secara menyeluruh 37. Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan nilai humaniora 38. Mampu mengaplikasikan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni 39. Mampu menyusun deskripsi saintifik hasil kajian tersebut di atas dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi 40. Mampu mengambil keputusan secara cepat dan tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data 41. Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya 42. Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya 43. Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri

	44. Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjammenjamin kesahihan dan mencegah plagiasi Pengetahuan: Mahasiswa dapat memahami Manajemen Produk dan Merek **Mata Kuliah** Setelah mengikuti perkuliahan mata kuliah ini, diharapkan mahasiswa memahami Manajemen Produk dan Merek
Diskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini memberikan bekal pengetahuan, pengertian, dan pemahaman kepada para mahasiswa agar menguasai wawasan dan ruang lingkup berbagai konsep mengenai manajemen produk dan merek. Konsep manajemen produk dan merek diperlukan sebagai bekal dasar untuk mempelajari pengelolaan produk dan merek yang lebih rinci pada studi lanjutan. Pengetahuan praktis juga diberikan kepada mahasiswa agar mampu mengelola produk dan merek dengan baik.
Referensi	**Utama :** 1. Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2. Tai, Jacky dan Chew, Wilson. 2012. *Brand Management*. Jakarta: PT. Indeks. 3. Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta. **Pendukung :**
Media Pembelajaran	**Software :** SLIDE POWER POINT & VIDEO YG RELEVAN **Hardware :** LCD, LAPTOP
Team Teaching	Reizano Amri Rasyid, S.T., M.M.T Rachma Rizqina Mardhotillah, S.T.,M.MT
Matakuliah Syarat	MNJ008
Deskripsi Bahan Kajian dan Topik Bahasan	**Bahan Kajian:** Bahan kajian dalam mata kuliah ini adalah Manajemen Produk dan Merek **Topik Bahasan:** Topik bahasan dalam mata kuliah ini antara lain menjelaskan mengenai Manajemen Produk dan Merek
Assesment	$NA = \frac{\{(2\ x\ P) + (3\ x\ T) + (2\ x\ UTS) + (3\ x\ UAS)\}}{10}$ NA =Nilai Akhir nilai

	P = Performance (Terdiri dari kehadiran, , akhlak dan partisipasi kelas) T = Nilai tugas (individu dan kelompok) UTS =Ujian Tengah Semester UAS =Ujian Akhir Semester						
Minggu ke	**Kemampuan Akhir yang diinginkan setiap tahapan belajar (CPK)**	**Bahan Kajian (Materi ajar)**	**Bentuk Pembelajaran (Metode)**	**Assessment**			**Dosen Pengampu**
				Indikator	**Bentuk**	**Bobot Penilaian**	
1	Brand: Konseptualisasi dan Peran Strategik	1. Menjelaskan Pendahuluan 2. Menjelaskan Definisi dan Perspektif Merek 3. Menjelaskan Manfaat Merek 4. Menjelaskan Sejarah Singkat Merek	1. Kuliah pengantar 2. Brainstorming 3. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Pendahuluan 2. Definisi dan Perspektif Merek 3. Manfaat Merek 4. Sejarah Singkat Merek	presentasi	10%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa
II	Brand Equity: Konseptualisasi dan pengukuran	1. Menjelaskan Konseptualisasi Brand Equity 2. Menjelaskan Pengukuran Brand Equity	1. Brainstorming 2. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Konseptualisasi Brand Equity 2. Pengukuran Brand Equity	Makalah dan presentasi kelompok Sikap	10%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa
III	Pioneer Brand versus Imitator Brand	1. Menjelaskan Definisi Pionir 2. Menjelaskan Pioneer Brand Advantages 3. Menjelaskan Risiko Pionir 4. Menjelaskan Late Entrants dan Imitator 5. Menjelaskan Motivasi Menjadi Imitator	1. Brainstorming 2. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi Pionir 2. Pioneer Brand Advantages 3. Risiko Pionir 4. Late Entrants dan Imitator	Makalah dan presentasi kelompok Sikap	10%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa

		6. Menjelaskan Strategi Late Entrants dan Imitasi 7. Menjelaskan Peluang Bagi Imitator 8. Menjelaskan Determinan Kepemimpinan Pasar		5. Motivasi Menjadi Imitator 6. Strategi Late Entrants dan Imitasi 7. Peluang Bagi Imitator 8. Determinan Kepemimpinan Pasar			
IV	Local Brand versus Global Brand	1. Menjelaskan Tipologi Merek Lokal 2. Menjelaskan Merek Lokal versus Merek Global 3. Menjelaskan Local Brand Survival	1. Brainstorming 2. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Tipologi Merek Lokal 2. Merek Lokal versus Merek Global 3. Local Brand Survival	Makalah dan presentasi kelompok, Sikap	10%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa
V	Apa artinya diferensiasi?	1. Menjelaskan Unique Selling Proposition atau USP 2. Menjelaskan Strategi yang Tepat 3. Menjelaskan Diferensiator yang Baik	1. Brainstorming 2. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Unique Selling Proposition atau USP 2. Strategi yang Tepat 3. Diferensiator yang Baik	Makalah dan presentasi kelompok, Sikap	10%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa
VI	Mengapa diferensiasi penting?	1. Menjelaskan Pendapatan Lebih Pada Investasi 2. Menjelaskan Dilema Penggerak Pertama 3. Menjelaskan The Commodities Continuum 4. Menjelaskan Sangat Branded 5. Menjelaskan Sangat Terkomoditas	1. Brainstorming 2. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Pendapatan Lebih Pada Investasi 2. Dilema Penggerak Pertama 3. The Commodities Continuum 4. Sangat Branded	Makalah dan presentasi kelompok, Sikap	10%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa

		6. Menjelaskan Bagaimana Jika Produk Anda Sangat Terkomoditisasi 7. Menjelaskan Portofolio Campur		5. Sangat Terkomoditas 6. Bagaimana Jika Produk Anda Sangat Terkomoditisasi 7. Portofolio Campur			
VII	Anda dapat membangun merek kuat dengan biaya rendah	1. Menjelaskan Barang Bagus Tidak Murah, Barang Murah Tidak Bagus 2. Menjelaskan Kasus Amazon.com, Southwest Airlines, Toyota, Ikea, dan Wal-Mart	1. Brainstorming 2. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Barang Bagus Tidak Murah, Barang Murah Tidak Bagus 2. Kasus Amazon.com, Southwest Airlines, Toyota, Ikea, dan Wal-Mart	Makalah dan presentasi kelompok, Sikap	5%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa
			UTS				
VIII	Manajemen Produksi	1. Menjelaskan Definisi Produksi 2. Menjelaskan Definisi Manajemen Produksi dan 3. Menjelaskan Tantangan Manajer Operasional Tantangan dan Solusi dalam Bidang Manajemen Produksi di Masa yang Akan Datang	1. Brainstorming 2. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi Produksi 2. Definisi Manajemen Produksi dan Tantangan Manajer Operasional 3. Tantangan dan Solusi dalam Bidang Manajemen Produksi di Masa yang Akan Datang	Makalah dan presentasi kelompok, Sikap	5%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa

IX	Perencanaan Produksi	1. Menjelaskan Definisi Perencanaan 2. Menjelaskan Kondisi Perencanaan Keuangan yang Harus Dipahami oleh Manajer Produksi 3. Menjelaskan Perencanaan Keuangan dan Produksi yang Dilakukan secara Bertahap 4. Menjelaskan Tujuan Perencanaan dan Pengendalian 5. *Menjelaskan Time Schedule* 6. *Menjelaskan Contigency Plan*	1. Brainstorming 2. Discussion	1. Definisi Perencanaan 2. Kondisi Perencanaan Keuangan yang Harus Dipahami oleh Manajer Produksi 3. Perencanaan Keuangan dan Produksi yang Dilakukan secara Bertahap 4. Tujuan Perencanaan dan Pengendalian 5. *Time Schedule* 6. *Contigency Plan*	Makalah dan presentasi kelompok, Sikap	5%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa
X	Research and Development	1. Menjelaskan Definisi Research 2. Menjelaskan Metode Penelitian ilmiah 3. Menjelaskan Tujuan Suatu Perusahaan Melakukan Research 4. Menjelaskan Riset dalam Dunia Industri 5. Menjelaskan Pengertian Development 6. Menjelaskan Tujuan Dilakukannya Development Produk 7. Menjelaskan Biaya R&D	1. Brainstorming 2. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi Research 2. Metode Penelitian ilmiah 3. Tujuan Suatu Perusahaan Melakukan Research 4. Riset dalam Dunia Industri 5. Pengertian Development 6. Tujuan Dilakukannya Development Produk 7. Biaya R&D	Makalah dan presentasi kelompok, Sikap	5 %	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa
XI	Lokasi Produksi	1. Menjelaskan Definisi Lokasi Produksi	1. Brainstorming	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai:	Makalah dan present	5 %	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa

		2. Menjelaskan Alasan Memilih Lokasi Produksi 3. Menjelaskan Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam Memilih Lokasi Produksi 4. Menjelaskan Pengelompokkan Lokasi Fasilitas 5. Menjelaskan Beberapa Metode Pemilihan Lokasi 6. Menjelaskan Pengaruh Lokasi Produksi terhadap Penjualan	2. Discussion	1. Definisi Lokasi Produksi 2. Alasan Memilih Lokasi Produksi 3. Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam Memilih Lokasi Produksi 4. Pengelompokkan Lokasi Fasilitas 5. Beberapa Metode Pemilihan Lokasi 6. Pengaruh Lokasi Produksi terhadap Penjualan	asi kelompok, Sikap		
XII	Mutu dan ISO	1. Menjelaskan Definisi Mutu 2. Menjelaskan ISO 3. Menjelaskan Mutu dan Konsep SNI 4. Menjelaskan BSC dan Mutu 5. Menjelaskan Kerangka BSC 6. Menjelaskan Bentuk, Karakteristik, dan Mekanisme BSC 7. Menjelaskan Konsep Strategi BSC	1. Brainstorming 2. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi Mutu 2. ISO 3. Mutu dan Konsep SNI 4. BSC dan Mutu 5. Kerangka BSC 6. Bentuk, Karakteristik, dan Mekanisme BSC 7. Konsep Strategi BSC	Makalah dan presentasi kelompok, Sikap	5%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa
XIII	BEP, Total Cost, dan Total Revenue Analysis	1. Menjelaskan Definisi BEP 2. Menjelaskan Fixed Cost 3. Menjelaskan Variable Cost 4. Menjelaskan Menghitung BEP	1. Brainstorming 2. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi BEP 2. Fixed Cost	Makalah dan presentasi kelompok,	5%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa

				3. Variable Cost 4. Menghitung BEP	Sikap		
XIV	Produktivitas	1. Menjelaskan Definisi Produktivitas 2. Menjelaskan Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas 3. Menjelaskan Rasio Produktivitas dan Peningkatan produktivitas	1. Brainstorming 2. Discussion	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Definisi Produktivitas 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas 3. Rasio Produktivitas dan Peningkatan produktivitas	Presentasi individu, Sikap	5%	Tim Dosen Etkia Bisnis dan E-Marketing Unusa
			UAS				

Surabaya, 1 Januari 2021

Dosen Pengampu	Ketua Program Studi
Tim Dosen KPT Unusa	**(Riyan Sisiawan Putra, SE., MSM)** **NPP. 1306897**